

**KAJIAN TERHADAP MALAYSIA TOURISM CENTER(MTC)
SEBAGAI PUSAT PENERANGAN PELANCONGAN DENGAN
MELIHAT MAKLUMBALAS DI KALANGAN AGENSI PELANCONGAN**

HAZLIN BINTI JAMARI

Laporan projek sarjana ini dikemukakan sebagai memenuhi
sebahagian daripada syarat penganugerahan Ijazah Sarjana Sains
(Perancangan Pelancongan)

Fakulti Alam Bina
Universiti Teknologi Malaysia

MEI 2007

***I dedicate to my loving husband
ZAID BIN ABDUL RAHMAN***

AND

***to my only beloved son, UMAR BIN ZAI
in the hope that he will be encouraged
to strive for the best through out his
lifetime studies, and thank you so
much to MAK, RAPIAH BINTI ABDUL
RAHMAN***

FOR

being so patient and be there for me.

PENGHARGAAN

BismillahirRahmanirRahim

Syukur Alhamdulillah ke hadrat Allah S.W.T kerana limpah kurnia, rahmat dan hidayahNya saya telah dapat menyempurnakan tesis ini sebagai memenuhi syarat bagi penganugerahan Sarjana Sains Perancangan Pelancongan, Fakulti Alam Bina Universiti Teknologi Malaysia.

Saya merakamkan ucapan ribuan terima kasih dan penghargaan kepada Dr. Hairul Nizam Bin Ismail selaku penyelia kajian di atas segala bimbingan dan tunjukajar bagi menyediakan tesis ini sehingga siap dan kepada pensyarah kursus Sarjana Sains Perancangan Pelancongan khususnya, Prof. Dr. Amran Bin Hamzah, Prof. Dr. Zainab Binti Khalifah, Prof. Madya Dr. Mohammad Rafee Bin Majid, Pn. Nor Azina Binti Dahlan dan En. Tajudin Bin Kechik.

Ucapan ribuan terima kasih teristimewa kepada ibu saya yang sentiasa mendoakan kejayaan saya dan turut membantu menjaga anak saya demi memastikan tesis ini siap dengan sempurnanya, kepada ayah yang dirindui yang sentiasa tersemat dan abadi di hati saya, kepada suami yang tercinta Zaid Bin Abdul Rahman yang sentiasa memberi sokongan dan dorongan, kepada anak saya Umar bin Zaid yang turut memahami.

Akhir sekali kepada semua yang terlibat secara tidak langsung dalam menyiapkan tesis ini, sokongan dan dorongan yang telah diberikan amat bermakna buat saya. Semoga diberkati dan dirahmati Allah di dunia dan akhirat. Syukur. Wassalam.

ABSTRAK

Pusat penerangan pelancongan memainkan peranan yang penting dalam pemasaran pelancongan. Ini kerana pemasaran pelancongan terdiri daripada dua komponen. Pertama, ialah iklan dan promosi antara lain tujuannya ialah untuk menarik pelancong datang, dan kedua, ialah dengan menjaga mereka semasa mereka tiba di destinasi, dan menggalakkan mereka untuk tinggal lebih lama, dengan melihat tempat-tempat menarik yang lain di negara kita, dan pulang semula. Buat masa ini, sepertimana yang digariskan, Pusat Pelancongan Malaysia(MTC) memainkan kedua-dua peranan tersebut. Oleh yang demikian, tujuan kajian ini ialah untuk menentukan (a) ciri-ciri yang terbaik perlu ada bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan dalam konteks Malaysia, (b) peranan/sumbangan MTC terhadap agensi pelancongan, (c) isu/masalah yang dihadapi oleh MTC dan agensi pelancongan untuk menjalin hubungan yang baik, dan (d) memberi cadangan untuk memperbaiki perkhidmatan MTC. Berdasarkan objektif yang spesifik ini, kajian ini memberi tumpuan kepada pandangan-pandangan yang diterima daripada sumber-sumber utama menerusi sesi temubual di kalangan agensi pelancongan dan MTC. Penemuan utama kajian ini termasuklah: “lokasi yang strategik dan sesuai”, “maklumat”, “perkhidmatan/fasiliti”, dan “tarikan”, yang telah dikenalpasti sebagai ciri-ciri terbaik perlu ada bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan, (b) peranan/sumbangan MTC terhadap agensi pelancongan yang telah dikenalpasti oleh sumber utama agensi pelancongan dan MTC ialah, pertama, sebagai pusat penyalur maklumat, kedua, promosi, dan (c) “kurangnya kerjasama yang baik”, “peranan dan objektif MTC tidak jelas”, “kurangnya penyebaran maklumat yang meluas”, dan “kurang promosi”, telah dikenalpasti sebagai isu/masalah yang dihadapi oleh MTC dan agensi pelancongan untuk menjalin hubungan yang baik. Penemuan kajian ini mungkin dapat memberi sumbangan kepada industri pelancongan secara umumnya. Hasil kajian ini juga akan dapat mengenalpasti peranan MTC sebagai pusat penerangan pelancongan dengan lebih berkesan dan seterusnya memperbaiki perkhidmatan MTC. Di samping itu, pelancong dan tour operator akan menerima manfaat daripada perkhidmatan yang telah diperbaiki ditawarkan oleh MTC.

ABSTRACT

Tourist Information Center play an important role in tourism marketing. Tourism marketing has two components. The first is advertising and promoting to bring visitors here, and the second is to take care of them while they are here, to encourage them to stay longer, to see other parts of the Country, and to return. Currently, as constituted, Malaysia Tourism Center(MTC) is handling both functions. The purposes of this study were to determine (a) good characteristics for tourist information center in the context of Malaysia, (b) the roles of MTC to travel agency, (c)issues/problems faced by MTC and travel agency in built up good relationships, and (d) to make recommendations for improving MTC services. Based on these specific objectives, the study aimed to have the opinions from key informants through an interview survey obtained from the travel agencies and MTC. Major findings include: (a) “proper and strategic location”, “informations”, “services/facilities”, and “attractions” were recognized as the good characteristics for tourist information center, (b) the roles of MTC to travel agencies identified by key informants of travel agencies and MTC were categorized by two roles: the first is as an information center, and the second is promotion, and (c) “lack of good cooperation”, “ the unclear roles and objectives of MTC”, “lack of information”, and “lack of promotion” were recognized as the issues/problems faced by key informants of MTC and travel agencies. The findings of the studies may contribute to the tourism industry in general. The outcomes of the study identified competencies that would serve as the basis toward developing an effective role of MTC as tourism information center that can improve MTC. In addition, tourists and tour operators would benefit from the improved services offered by the MTC.

KANDUNGAN

| BAB | PERKARA | MUKA SURAT |
|------------|-------------------------|-------------------|
| | JUDUL | i |
| | PENGAKUAN | ii |
| | DEDIKASI | iii |
| | PENGHARGAAN | iv |
| | ABSTRAK | v |
| | ABSTRACT | vi |
| | KANDUNGAN | vii |
| | SENARAI JADUAL | xi |
| | SENARAI RAJAH | xii |
| | SENARAI LAMPIRAN | xiii |

BAHAGIAN SATU

| | | |
|--------------|------------------------|----------|
| BAB 1 | PENDAHULUAN | 1 |
| | 1.1 Latar belakang | 3 |
| | 1.2 Pernyataan masalah | 4 |
| | 1.3 Persoalan kajian | 4 |
| | 1.4 Matlamat kajian | 5 |
| | 1.5 Objektif kajian | 5 |

| | | |
|-----|---------------------------|---|
| 1.6 | Skop kajian | 5 |
| 1.7 | Kepentingan kajian | 7 |
| 1.8 | Rangka kerja penyelidikan | 8 |

BAHAGIAN KEDUA

BAB 2 KAJIAN LITERATUR

| | | |
|-------|--|----|
| 2.1 | Pengenalan | 13 |
| 2.2 | Pusat penerangan pelancong | 14 |
| 2.2.1 | Definisi Pusat penerangan pelancong | 14 |
| 2.2.2 | Ciri-ciri terbaik bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan | 16 |
| 2.2.3 | Perbezaan antara pusat penerangan pelancongan dan pusat interpretasi pelawat | 20 |
| 2.2.4 | Contoh kajian-kajian pusat penerangan pelancongan di luar Negara | 23 |
| 2.3 | Pusat Pelancongan Malaysia(MTC) | 26 |
| 2.3.1 | Profil MTC | 26 |
| 2.3.2 | Ciri-ciri yang terdapat di MTC | 27 |
| 2.3.3 | Objektif MTC | 35 |
| 2.3.4 | Fungsi/peranan | 35 |
| 2.3.5 | Piagam pelanggan | 35 |
| 2.3.6 | Kesimpulan | 37 |

BAHAGIAN KETIGA

| | | |
|--------------|--|-----------|
| BAB 3 | ANALISIS | 38 |
| 3.1 | Justifikasi pemilihan kaedah kajian | 39 |
| 3.1.1 | Pemilihan kaedah kajian | 39 |
| 3.1.2 | Kaedah kajian kualitatif: Temubual semi-struktur <i>in-depth</i> | 40 |
| 3.1.3 | Justifikasi pemilihan sampel kajian | 41 |
| 3.1.4 | Justifikasi pemilihan responden untuk kajian | 42 |
| 3.1.5 | Kaedah analisis temubual kualitatif | 44 |
| 3.2 | Analisis tentang ciri-ciri terbaik bagi sebuah pusat penerangan pelancongan | 46 |
| 3.3 | Peranan/sumbangan MTC terhadap tour operator | 61 |
| 3.4 | Isu/masalah antara MTC dan agensi pelancongan bagi menjalin hubungan kerjasama yang baik | 66 |
| 3.5 | Rumusan penemuan utama kajian | 71 |

BAHAGIAN KEEMPAT

| | | |
|--------------|-----------------|-----------|
| BAB 4 | CADANGAN | 78 |
|--------------|-----------------|-----------|

BAHAGIAN KELIMA

| | | |
|-------------------------|----------------------------------|-----------|
| BAB 5 | KESIMPULAN | 92 |
| 5.1 | Rumusan kajian | 92 |
| 5.2 | Limitasi kajian | 96 |
| 5.3 | Cadangan untuk kajian seterusnya | 96 |
| SENARAI DOKUMEN RUJUKAN | | 97 |
| LAMPIRAN | | 102 |

SENARAI JADUAL

| NO JADUAL | TAJUK | MUKA SURAT |
|----------------------|---|-------------------|
| 1.1 | Jumlah ketibaan dan pendapatan daripada pelancong ke Malaysia | 3 |
| 2.1 | Perbezaan antara pusat penerangan pelancong dan pusat interpretasi pelawat | 22 |
| 2.2 | Perkhidmatan/fasiliti yang ditawarkan di MTC | 31 |
| 2.3 | Jadual aktiviti MTC bagi bulan Februari 2007 | 34 |
| 2.4 | Statistik kedatangan pelancong/pengunjung ke MTC | 36 |
| 3.1 | Senarai agensi pelancongan yang beroperasi di Kuala Lumpur yang dipilih sebagai sampel kajian | 41 |
| 3.2 | Senarai responden berdasarkan jawatan dalam organisasi | 43 |
| 3.3 | Ciri-ciri Yang Perlu Diberi Penekanan Berdasarkan Rumusan Kajian Luar Negara dan MTC | 72 |
| 4.1 | Cadangan mewujudkan kesedaran di kalangan agensi pelancongan bahawa kerjasama yang ingin dijalinan memberi kepentingan kepada kedua-dua pihak antara MTC dan agensi pelancongan | 89 |
| 4.2 | Cadangan pemasaran dan pengurusan terhadap produk atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh MTC | 90 |
| 5.1 | Rumusan MTC sebagai pusat kesenian, interpretasi dan pusat penyalur maklumat | 93 |
| 5.2 | Pencapaian objektif kajian | 95 |

SENARAI RAJAH

| NO RAJAH | TAJUK | MUKA SURAT |
|---------------------|---|-------------------|
| 1.1 | Carta Alir Kajian | 9 |
| 2.1 | Peta kedudukan lokasi MTC | 28 |
| 3.1 | Tema penemuan kajian ciri-ciri yang perlu ada bagi sebuah pusat penerangan pelancong | 47 |
| 3.2 | Tema penemuan kajian peranan/sumbangan MTC terhadap <i>Tour Operator</i> /agensi pelancongan | 50 |
| 3.2 | Analisis isu atau masalah antara MTC dan agensi pelancongan yang telah disusun mengikut rangka kerja tema | 51 |
| 5.1 | Peranan MTC | 93 |
| 5.2 | Rumusan isu yang timbul berkaitan fungsi dan peranannya | 94 |

SENARAI LAMPIRAN

| LAMPIRAN | TAJUK | MUKA SURAT |
|-----------------|--|-------------------|
| A | Panduan sesi temu bual | 102 |
| B | Senarai agensi pelancongan yang beroperasi di Kuala Lumpur yang terpilih sebagai responden | 104 |

BAHAGIAN SATU

BAB 1:PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

Industri pelancongan telah menunjukkan satu pertumbuhan yang memberangsangkan. Menjelang tahun 2011, pelancongan dan pengembaraan dunia dijangkakan bertumbuh sebanyak US\$7.0 trillion dalam aktiviti ekonomi (Goeldner and Ritchie, 2003). Berdasarkan analisis oleh *United Nation's World Tourism Organization* (2003), pelancongan adalah salah satu industri eksport yang terbesar di dunia (Burns and Holden, 1995). Jadi, kebanyakan negara begitu menekankan promosi pelancongan untuk mempergiatkan lagi pertumbuhan industri pelancongan negara masing-masing.

Oleh itu, salah satu langkah penting yang diambil oleh kebanyakan negara, untuk mempromosikan negara mereka serta menawarkan kepada pelancong apa yang mereka ada ialah dengan menubuhkan pusat penerangan pelancong. Pelancong memerlukan informasi tentang apa yang ditawarkan bagi mendapatkan seberapa banyak maklumat tentang percutian atau lawatan mereka. Kebanyakan negara yang sangat mengalu-alukan kedatangan pelancong mempunyai rangkaian pusat penerangan pelancongan di bandar-bandar utama mereka. Ini adalah bertujuan untuk menyediakan pelancong dengan informasi tentang pelbagai topik, seperti bas mana yang hendak dinaiki, di mana untuk pergi *sightseeing tour*, di mana karnival dan festival tempatan yang boleh dikunjungi, dan di mana tempat untuk makan serta menginap (Davidson, 1996).

Menurut Davidson lagi, pusat penerangan pelancongan boleh diuruskan samada di peringkat nasional, negeri atau pejabat pelancongan tempatan, bergantung di mana negara menjadi pilihan pelancong. Dan selalunya pelancong jarang sekali

membayar untuk informasi tersebut. Pusat penerangan pelancongan berperanan menyediakan maklumat kepada orang awam termasuk pelancong mengenai tempat-tempat tarikan pelancong, acara, penginapan, pengangkutan dan lain-lain fasiliti di dalam sesebuah negara. Menurut Briggs (1997), pusat penerangan pelancongan merupakan satu ciri(*feature*) yang penting dalam industri pelancongan di mana ianya menyediakan maklumat dan juga membantu masyarakat setempat termasuklah pelancong tempatan dan luar negara. Jenis-jenis perkhidmatan yang ditawarkan bagi setiap pusat penerangan pelancongan adalah berbeza-beza tetapi selalunya ianya mestilah termasuk antaranya:

- Maklumat mengenai penginapan, selalunya dalam jarak 50 batu radius;
- Maklumat mengenai tempat tinggal dan senarai penginapan
- Sesetengah pusat penerangan pelancongan menawarkan perkhidmatan tempahan tempat tinggal yang disediakan oleh orang tempatan atau tempat lain;
- Maklumat mengenai fasiliti-fasiliti yang ada disediakan oleh orang tempatan seperti restoran, fasiliti untuk bersukan dan secara umum '*what's on information*';
- Maklumat untuk melancong/mengembara; dan
- Berbagai pilihan brosur, peta, panduan dan tiket-tiket, sesetengahnya mungkin untuk dijual

Sebab itu, pusat penerangan pelancongan perlu dirancang dengan baik dan sempurna bagi membolehkan ia menjangkakan apa yang dimahukan oleh industri pelancongan termasuklah agensi pelancongan supaya dapat mencapai kejayaan. Di Malaysia, industri pelancongan telah menunjukkan satu perkembangan yang positif di mana berlakunya peningkatan jumlah kedatangan pelancong iaitu pada tahun 2005 mencatatkan seramai 16.43 juta pelancong dengan terimaan sebanyak RM31,954.1 juta berbanding pada tahun 2001 mencatatkan seramai 12.78 juta pelancong dengan terimaan sebanyak RM24,221.5 juta(Kementerian Pelancongan Malaysia,2005).

Berikut adalah jadual ketibaan dan pendapatan daripada pelancong ke Malaysia.

Jadual 1.1: Jumlah ketibaan dan pendapatan daripada pelancong ke Malaysia

| Tahun | Jumlah ketibaan pelancong(juta) | Pendapatan(RM juta) |
|--------------|--|----------------------------|
| 2001 | 12.78 | 24,221.50 |
| 2002 | 13.29 | 25,781.10 |
| 2003 | 10.58 | 21,291.10 |
| 2004 | 15.70 | 29,651.40 |
| 2005 | 16.43 | 31,954.10 |

Sumber:Kementerian Pelancongan Malaysia(2005)

Bagi mengekalkan dan meningkatkan pertumbuhan industri pelancongan negara, Malaysia turut mengambil langkah yang sama seperti kebanyakan negara lain iaitu dengan menubuhkan pusat penerangan pelancongan yang dinamakan sebagai Malaysia Tourism Center(MTC) bagi tujuan promosi kepada pelancong baik di dalam mahupun di luar negara. MTC sebenarnya mampu menjadi sebuah destinasi permulaan yang terbaik di Kuala Lumpur kerana fungsinya sebagai sebuah pusat maklumat (*one-stop information*) di mana semua gambaran dan informasi tentang apa yang terdapat di Malaysia termasuklah persembahan budaya tempatan boleh didapati di sini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Jumlah pelancong/pelawat ke MTC telah menunjukkan satu peningkatan yang memberangsangkan dari setahun ke setahun iaitu pada tahun 2006 mencatatkan seramai 241,972 pelancong berbanding pada tahun 2001 seramai 7,382 orang (MTC, 2007). Walaupun statistik jumlah pelancong ke MTC menunjukkan satu peningkatan yang positif, itu masih belum dapat membuktikan bahawa MTC telah memenuhi ciri-ciri terbaik bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan. Oleh itu, perlu ditentukan terlebih dahulu apakah ciri-ciri terbaik bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan. Selain itu, kedudukan MTC yang terletak pada lokasi yang strategik kerana berada di tengah-tengah segi tiga emas seharusnya dapat memberi sumbangan dan manfaat kepada agensi pelancongan. Menurut Briggs(1997), pusat penerangan pelancongan mempunyai peranan penting dalam saluran agihan dan komunikasi pelancongan. Jadi

tour operator/agensi pelancongan perlu membina/menjalinkan hubungan yang positif dengan pusat penerangan pelancongan sebab pusat penerangan pelancongan berfungsi untuk mempengaruhi orang awam/pelancong, dan menyampaikan maklumat tentang apa yang pelancong/pelawat inginkan. Berdasarkan maklumat daripada Persatuan Agensi-agensi Pelancongan dan Pengembaraan (MATTA, 2007), terdapat 629 buah agensi pelancongan berdaftar di Kuala Lumpur. Oleh itu, kajian juga perlu dibuat untuk melihat peranan atau sumbangan MTC kepada agensi pelancongan.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, maka kajian ini menilai MTC sebagai pusat penerangan pelancong dengan melihat maklumbalas daripada agensi pelancongan .

1.2 Pernyataan Masalah

Pernyataan masalah di dalam penyelidikan adalah melihat sejauhmanakah peranan/sumbangan MTC sebagai pusat penerangan pelancong terhadap agensi pelancongan.

1.3 Persoalan Kajian

Maka persoalan-persoalan yang perlu dijawab ialah :

- i) Apakah ciri-ciri terbaik bagi sebuah pusat penerangan pelancong ?
- ii) Apakah peranan/sumbangan MTC terhadap agensi pelancongan ?
- iii) Memahami isu atau masalah timbul berkaitan fungsi dan peranan MTC
- iv) Apakah cadangan-cadangan yang boleh dibuat bagi menambahbaik perkhidmatan MTC ?

1.4 Matlamat Kajian

Untuk mengenalpasti peranan/sumbangan MTC sebagai pusat penerangan pelancong dengan melihat maklumbalas daripada agensi pelancongan.

1.5 Objektif Kajian

- i) Menenalpasti ciri-ciri terbaik bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan
- ii) Menenalpasti peranan/sumbangan MTC terhadap agensi pelancongan
- iii) Menenalpasti sebarang isu/kesukaran atau masalah yang dihadapi oleh MTC berkaitan fungsi dan peranannya
- iv) Memberi cadangan-cadangan yang boleh dibuat bagi memperbaiki perkhidmatan MTC

1.6 Skop Kajian

Bagi mencapai matlamat dan objektif kajian yang telah digariskan, maka skop kajian ini adalah dibahagikan kepada bahagian-bahagian utama berikut iaitu:

- i. Kajian Literatur
Kajian literatur fokus daripada sudut perspektif teori-teori terdiri daripada elemen-elemen: Definisi pusat penerangan pelancongan, ciri-ciri terbaik bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan dan peranannya terhadap agensi pelancongan serta profil MTC .
- ii. Penilaian MTC melalui sesi temubual dengan agensi-agensi pelancongan

Penilaian di atas dibuat untuk melihat sejauhmana MTC memainkan peranan sebagai pusat penerangan pelancongan. Kaedah temubual semi-struktur *in-depth* digunakan dengan menemubual dengan wakil-wakil pengurusan agensi pelancongan yang dipilih. Kaedah temuduga *in-dept* akan membolehkan lebih banyak data deskriptif diperolehi berdasarkan pengalaman agensi pelancongan terbabit dengan soalan-soalan terbuka disediakan. Instrumen temubual digunakan sebagai panduan temubual yang mengandungi empat(4) soalan utama dan beberapa sub-soalan pada soalan utama. *Key informants* untuk sesi temubual berkemungkinan terdiri daripada pengurus, pengarah urusan, penolong pengarah, eksekutif atau pegawai pemasaran/tiketan/pentadbiran. Kriteria pemilihan agensi pelancongan ialah :-

- i) Senarai penuh agensi pelancongan di Kuala Lumpur akan diperolehi di MATTA
- ii) Agensi pelancongan yang menawarkan *inbound*, *outbound* dan tiket akan dikenalpasti

Justifikasi pemilihan kaedah kajian akan dibincangkan secara terperinci dalam bab 3.

Berdasarkan kriteria dan langkah di atas 10 agensi pelancongan akan dipilih dalam sesi temubual *in-dept* iaitu :-

1. KAA Travel and Tours Sdn Bhd
2. Honey Vacation Travel and Tours Sdn Bhd
3. KSB Travel and Tours
4. Olimpik Holidays Sdn Bhd
5. Quantara Travel and Tours Sdn Bhd
6. Vector Travel Sdn Bhd
7. RUZ Travel and Tourism Sdn Bhd
8. Shahaz Travel & Tours Sdn Bhd
9. FB Travels Sdn Bhd
10. Nepline Travel Sdn Bhd

- iii. Penilaian MTC melalui sesi temubual dengan pihak pengurusan MTC

Penilaian di atas dibuat untuk melihat sejauhmana maklumbalas pihak pengurusan MTC itu sendiri terhadap peranannya sebagai pusat penerangan pelancong. Kaedah temubual semi-struktur *in-depth* digunakan dengan menemubual pengurus MTC. Kaedah temuduga semi-struktur *in-dept* akan membolehkan lebih banyak data deskriptif diperolehi berdasarkan pengalaman pengurus terbabit dengan soalan-soalan terbuka disediakan.

- iv. Keperluan untuk memahami isu sebenar daripada pandangan *tour operator*

- v. Cadangan-cadangan untuk menambahbaik perkhidmatan MTC
Beberapa cadangan yang sesuai dikemukakan oleh pengkaji. Ia dilihat berdasarkan isu-isu/masalah yang dikesan demi menambahbaik perkhidmatan MTC. Pandangan-pandangan dari *key informants* juga akan diambilkira

Skop kajian ini adalah menjurus kepada hasil kajian dan ia bersesuaian dengan kawasan kajian yang dipilih iaitu di Kuala Lumpur. Skop kajian ini akan membantu dalam mendapatkan maklumat yang diperlukan bagi peringkat penganalisan kelak. Ia akan membantu dan memandu pengkaji agar tidak terkeluar dari landasan yang telah digariskan. Pertimbangan penentuan skop kajian juga adalah dipengaruhi oleh faktor limitasi masa dan kos yang mampu dilakukan oleh pengkaji. Selain itu, pemilihan kaedah penyelidikan kualitatif juga menjadi faktor penentuan skop kajian ini.

1.7 Kepentingan Kajian

Kajian ini dilihat akan memberi sumbangan kepada MTC, agensi pelancongan dan juga perancang pelancongan negara agar dapat membangunkan industri pelancongan yang bertepatan dengan sasaran pasaran bagi pengunjung/pelancong. Ini adalah penting untuk melihat sejauhmana MTC memenuhi ciri-ciri terbaik bagi

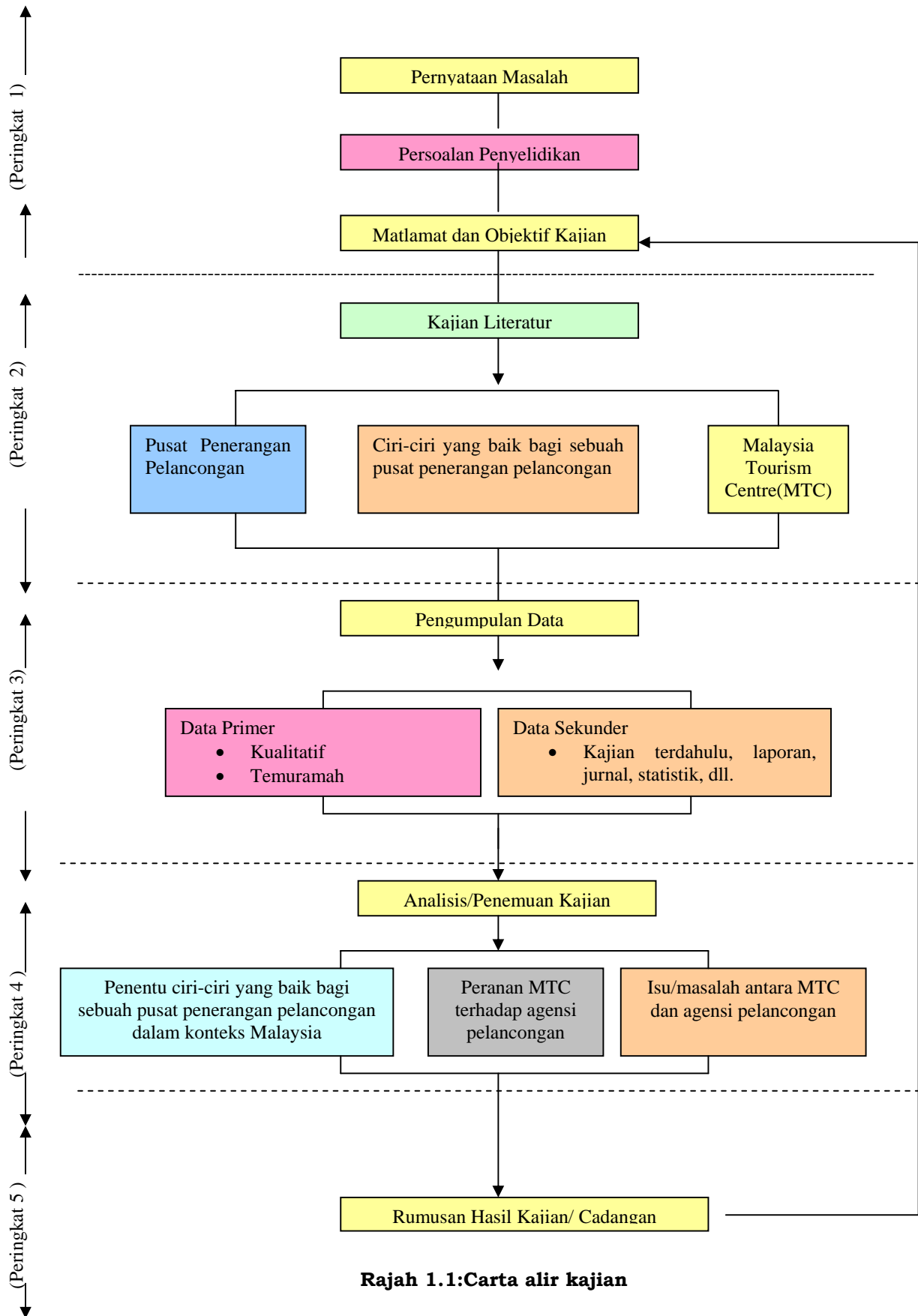
sesebuah pusat penerangan pelancongan dengan mengkaji apakah yang dapat disumbangkan kepada agensi pelancongan serta mengenalpasti sebarang kesukaran atau masalah yang dihadapi oleh MTC dan agensi pelancongan.

1.8 Rangka Kerja Penyelidikan

Bagi memandu pengkaji dalam menjalankan kajian ini satu rangka kerja kasar penyelidikan telah dihasilkan dalam Rajah 1.1 Rangka kerja merupakan langkah dan strategi yang diambil bagi memberi gambaran yang jelas terhadap struktur penyelidikan yang diatur oleh pengkaji. Ia akan menjadi panduan agar pengkaji menjalankan penyelidikan seperti yang dirancangkan.

Secara amnya methodologi yang akan dilaksanakan akan dibahagikan kepada 5 peringkat, iaitu :

- i. Peringkat Pertama : Kajian awalan
- ii. Peringkat Kedua : Kajian literatur
- iii. Peringkat Ketiga : Kajian lapangan
- iv. Peringkat Keempat : Analisis data dan penemuan kajian
- v. Peringkat Kelima : Kesimpulan dan cadangan



Rajah 1.1: Carta alir kajian

1.8.1 Peringkat Pertama: Peringkat Awal

Pada peringkat ini, kajian menjurus kepada mengenalpasti isu dan masalah semasa yang timbul dan memerlukan kajian untuk menyelesaikannya. Pada peringkat ini literatur awal telah mula dijalankan bagi melihat potensi bagi mengkaji isu dan masalah tersebut. Rujukan terhadap kajian terdahulu juga dilakukan bagi mendapat gambaran secara menyeluruh bagi isu ini dikembangkan untuk menjadi satu kajian yang baik.

Setelah penyataan masalah dikemukakan dengan jelas maka tugas seterusnya adalah merangka, memahami dan memperkemas dengan jelas tujuan matlamat dan objektif yang akan dilaksanakan. Matlamat dan objektif dibentuk bagi memperjelaskan tentang apa yang ingin dicapai oleh pengkaji serta langkah untuk mencapainya.

Matlamat dan objektif ini juga akan menjadi panduan kepada pengkaji dalam menghasilkan penemuan kajian kelak. Seterusnya beberapa persoalan penyelidikan akan dikemukakan bagi menjelaskan lagi apa yang ingin diperolehi oleh pengkaji dalam kajian ini. Ia akan menjurus kepada penentuan skop kajian kedua nanti.

1.8.2. Peringkat kedua : Kajian Literatur

Kajian yang dilakukan lebih kepada siri pembacaan dan rujukan bahan ilmiah seperti jurnal, buku rujukan, laporan berkaitan, kajian terdahulu dan sebagainya. Ia merupakan peringkat yang penting dalam memberi gambaran dan memahami keseluruhan kajian bagi membantu pengkaji dalam memperbaiki, mengembang dan menghasilkan sesuatu yang dapat dijadikan ukuran dalam bidang ilmu yang dikaji dan dapat dimanfaatkan dalam industri pelancongan.

Beberapa perkara yang ditumpukan di peringkat ini ialah pengumpulan bahan dan maklumat berkaitan angkubah yang ditetapkan dalam skop kajian.

1.8.3 Peringkat Ketiga : Kajian Lapangan

Peringkat ini memerlukan pengkaji untuk berada dikawasan kajian bagi menjalankan sesi temubual untuk mendapatkan data primer. Sesi temubual dijalankan berdasarkan agensi pelancongan yang telah dikenalpasti sepertimana yang dinyatakan dalam skop kajian.

Peringkat ini penting kerana data dan maklumat yang diperolehi pada peringkat ini akan digunakan untuk dianalisis dalam bahagian seterusnya. Pengumpulan data dibahagikan kepada dua iaitu data sekunder dan primer. Data primer diperolehi dengan menjalankan sesi temubual *in-dept* terhadap agensi pelancongan di Kuala Lumpur dan MTC. Kaedah kajian kualitatif akan dibincangkan secara terperinci dalam bab 3.

Bagi mengukuhkan data yang dikumpul maklumat sekunder seperti data yang terlibat perlu diperolehi dari jabatan dan agensi yang berkaitan. Ini termasuk maklumat seperti artikel-artikel, buku-buku, laporan-laporan dan jabatan-jabatan serta agensi-agensi terlibat seperti pihak Persatuan Pelancong dan Pengembara Malaysia(MATTA).

1.8.4 Peringkat Keempat : Analisis Data Dan Penemuan Kajian

Peringkat ini adalah merupakan peringkat yang penting kepada penulisan penyelidikan, di mana penilaian terhadap MTC akan dilakukan. Analisis akan dibuat berdasarkan maklum balas yang diterima daripada temubual yang telah dibuat di dalam kajian tersebut. Analisis dijalankan dari segi kualitatif. Kajian lapangan akan digunakan untuk mendapatkan maklum balas agensi pelancongan terhadap MTC serta pihak pengurusan MTC itu sendiri.

Pada peringkat ini dapatan-dapatan akan diperolehi hasil daripada proses penilaian tersebut. Analisis ini akan dirumuskan dan disintesis untuk mendapatkan penemuan analisa yang konkrit untuk digunakan bagi peringkat seterusnya. Teknik kualitatif digunakan dengan menggunakan kaedah temubual *in-dept* bersemuka.

Hasil analisis data ini akan mengandungi rumusan penemuan kajian yang akan menentukan tindakan yang akan dicadangkan pada MTC bagi mengatasi permasalahan sedia ada atau menambahbaik perkhidmatannya.

1.8.5 Peringkat Kelima : Kesimpulan Kajian Dan Cadangan

Peringkat ini adalah merupakan peringkat yang terakhir di dalam penyelidikan ini. Pada peringkat ini kedudukan MTC sebagai pusat penerangan pelancong akan disimpulkan dan cadangan peningkatan juga akan diusulkan. Oleh yang demikian, adalah diharapkan hasil daripada kajian ini akan membantu pihak-pihak tertentu untuk merancang program-program peningkatan yang sesuai dengan peranan MTC sebagai pusat penerangan pelancong.